



הצ'קליסט לפרסום ממומן



**בואו נעשה סדר ביצירת קמפיין
כך שתדעו באופן כללי מה יש לעשות
שלב אחר שלב [וכמה זה פשוט]**



שלב 1: עוד לפני שמתחילים לפרסם שלב 2: מתחילים קמפיין כיצד נבנה קמפיין [באופן כללי]



ביזנס מנג'ר

- מתי חייבים, הסיבות העיקריות:
- האם יש לכם אתר או אתם עובדים עם דפי נחיתה?
 - אם יש לכם עובדים / תעסיקו קבלני משנה
 - יש לך רשימת תפוצה וחשוב לך לעלות את הנתונים לטירגוט במודעות
 - מנהל מספר דפים ומנהלי מודעות
 - יש קטלוג מוצרים [אתר אונליין]
 - אם עניתם לא על הכל, אין צורך לפתוח ביזנס מנג'ר



אם חייבים: ביזנס מנג'ר

- מה צריך להגדיר בביזנס – הכי חשוב
- לחבר עמוד עסקי, מנהל מודעות: שלכם-הוספת דף. של אחרים – הוספת גישה.
- לחבר אינסטגרם עסקי
- לחבר וואצאפ עסקי
- לאשר את הדומיין של האתר ושל דפי הנחיתה [אם הוא לא זהה] הערה – במידה ואין לכם דומיין משלכם, מומלץ לרכוש



מנהל המודעות: לפני שמתחילים לפרסם

- חשוב: בשלב הראשון חובה להקים קמפיין אחד בשביל שיפתחו רב ההגדרות. בשלב הגדרת הקמפיין הראשון המערכת תבקש להגדיר מטבע – שקל. שעון – ירושלים וכמובן להכניס פרטי אשראי
- הגדירו שם העסק
- להגדרת מגבלת הוצאה: לחצו על הגדרות < חיובים < הגדרות תשלום < מגבלת הוצאת חשבון
- בחרו בהגדרות את מסך קהלים



הקהלים חשוב להגדיר

- קהלי מעורבות: [מעורבות בפיסבוק 365](#), [מעורבות באינסטגרם 365](#) [חשבונות גדולים אפשר גם 180,90 וכן]
- אם יש סרטונים: [קהל צופים בסרטונים](#) 25%, 15 שניות
- [קהל מבקרים באתר](#) 180 יום
- מבקרים [בדפים ספציפיים](#): דפי נחיתה, כל דפי התודה, דפי נחיתה/תודה ספציפיים
- קהל [מרשימת תפוצה/רשימת טלפונים](#)
- [קהל שמור בשם נעים להכיר](#): בתוכו כל הקהלים האלו
- לכל קהל מותאם אישית [ליצור קהל זומה](#)
- [קהל שמור "לא מכיר-קהל זומה"](#): מכל הקהלים הדומים
- קהל [שמור מתחומי עניין](#): אם הקהלים המותאמים מאוד קטנים – מתחת ל 1000



בונים קמפיין



להכין לקמפיין

- מסר ברור בטקסט / מספר מסרים
- תמונות עם/בלי עיצוב בגדלים המתאימים: 1080*1080, 1920*1080
- וידאו בפורמט סטורי/רילס – מומלץ
- וידאו בפורמט מרובע
- זף נחיתה, זף תודה אם יש צורך
- פיקסל בעמוד הנחיתה והתודה
- המרה מותאמת אישית/אירוע העמוד התודה
- הגדרת קהל מבקרים באתר לזף הנחיתה / זף התודה [הכרחי בקמפיין ירוק]



בחירת סוג קמפיין

- מה חשוב לכם שיקרה בסופו של דבר, לפי זה בוחרים את מטרת הקמפיין.
- יכנסו יותר לאתר ויכירו אתכם / יקראו את החומרים שלכם
- ישאירו ליד / ירשמו למתנה
- יהיו יותר מעורבים ישאירו תגובה = בניית קהילה



יצירת קמפיין

- בחר סוג קמפיין
- תקציב ברמת קמפיין – להשאיר פעיל רק אם בסדרות המודעות יש קהלים מאותו סוג. לדוגמא בדיקה איזה קהל דומה הכי טוב. אחרת, לבטל
- רמת סדרת המודעות
- הגדירו תקציב יומי – כך הקמפיין גמיש יותר
- הגדירו תאריך סיום אם יש צורך
- קהל רצוי – מכיר/לא מכיר/ תחומי עניין וכו לפי האסטרטגיה
- מיקומים – השארו בפייסבוק ואינסטגרם פיד, סטורי ורילס השאר לפי האסטרטגיה הקהל והתוכן
- בחרו מיטוב לפי סוג הקמפיין שיצרתם



סדרות מודעות-טיפים ודגשים

- בקמפיין אחד ניתן להגדיר מספר סדרות מודעות
- הגדירו קמפיין ראשוני ואז שכפלו את סדרת המודעות. שיכפול הסדרה ישכפל גם את כל המודעות בתוך הסדרה
- לאחר מכן בצעו עריכה לפי הפרמטרים אותם תרצו לבדוק או לחלק להם תקציבים שונים
 - חלוקת תקציב: קהל מכיר / קהל לא מכיר
 - חלוקת תקציב: אינסטגרם מול פייסבוק
 - חלוקת תקציב: מובייל מול מחשב
 - חלוקת תקציב: קהל דומה מול קהל תחומי עניין
- סדרה נפרדת לקהל רימרקטינג
- ועוד.....



יצירת קמפיין: שלב המודעה

- רמת המודעה – ניתן להגדיר כל פעם מודעה אחת. צרו אותה ולאחר מכן שכפלו ושנו ניתן לבחור פוסט מהעמוד: במקרה זה ניתן להוסיף לו כפתור קישור דרך מנהל המודעות או ליצור מודעה במנהל המודעות:
הכניסו את הטקסט
הגדירו כותרת – אם יש לינק
הוסיפו קישור במידת הצורך ובחרו את לחצן קריאה לפעולה
בחרו את המדיה – וידאו או תמונה. מהעמוד העסקי, האינסטגרם או מהמחשב
במקרה הצורך: שנו את המדיה לפי מיקום, תמונה או וידאו 9/16 לסטורי או רילס
- הערה: ניתן ליצור מספר אופציות לטקסט או לכותרת, המערכת תבדוק את השילוב הטוב ביותר
הערה 2: הגדרת המודעה משתנה מעט בהתאם לסוג הקמפיין



מודעות - טיפים ודגשים

- במידה והזנתם מספר טקסטים וכותרות במודעה אחת יש לקחת בחשבון שבעצם פייסבוק יוצר מספר מודעות. אין טעם לבדוק מספר גדול מדי של כותרות וטקסטים בתקציב קטן.
- בבדיקת מספר מודעות מומלץ לבדוק טקסט או תמונה [מצב אידיאלי]
- בתקציב נמוך לא לשים מספר רב של מודעות / אופציות
- בקמפיין לטווח ארוך ניתן לשים מספר מודעות ולכבות / להדליק לפי הצורך או לפי מה שמייצר הכי הרבה תוצאות.
- כדאי להכין לסטורי/רילס וידאו אותנטי קצר של 15 שניות



לסיום

זכרו תמיד שיצירת קמפיין פשוטה יותר ממה שנדמה
עברו על ההנחיות, צפו בהדרכות ברלונטיות באתר
אל תתחילו קמפיין לפני שברורה לכם האסטרטגיה וסוג הקמפיין.

[בכל שאלה אני בקהילה לדייק](#)

רוחמה סלע
מועדון השיווק הקליקלות

